

УДК 338.4

Студ. М.С. Шкретова
Рук. Л.Ю. Помыткина
УГЛТУ, Екатеринбург

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ. ЭЛЕМЕНТЫ И НОСИТЕЛИ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ НА ПРИМЕРЕ ТГ «МОТИВ»

В современных высококонкурентных условиях, в которых приходится работать большинству фирм, вопрос о фирменном стиле становится очень важным. Фирменный стиль является неотъемлемой частью имиджа фирмы. Он формирует наполненную содержанием оболочку, если к этому добавить мероприятия по Public Relations (ПР), то можно будет говорить о имидже фирмы.

Фирменный стиль необходим для того, чтобы с помощью индивидуальности и единства многих элементов оформления, выделиться на фоне конкурентов, стать более узнаваемыми и запоминаемыми среди потребителей.

Актуальность данной работы заключается в том, что разработка фирменного стиля является важной частью маркетинговой коммуникации на рынке телекоммуникационных услуг, особенно это важно для регионального оператора, которому приходится конкурировать с очень сильными федеральными компаниями.

Объектом данной работы выступает телекоммуникационная группа (ТГ) «Мотив».

Предмет – фирменный стиль ТГ «Мотив»

Целью данной работы является анализ фирменного стиля, его элементов и носителей, ТГ «Мотив». Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть фирменный стиль ТГ «Мотив».
2. Определить элементы и носители фирменного стиля ТГ «Мотив».
3. Выявить достоинства и недостатки фирменного стиля ТГ «Мотив».
4. Сформулировать рекомендации для повышения уровня фирменного стиля ТГ «Мотив».

Методы исследования:

- анализ теоретических положений по данной теме;
- анализ деятельности и фирменного стиля ТГ «Мотив»;

Фирменный стиль ТГ «Мотив» был разработан известным екатеринбургским рекламным агентством «Восход».

Элементы фирменного стиля ТГ «Мотив»:

1. Товарный знак компании «Мотив» представлен в комбинированном типе, состоит из трех элементов: эмблемы, шрифтового начертания названия, знака 4G. Эмблемой являются устремленные в центр три стрелы, шрифтовая надпись – МОТИВ, после нее знак 4G в квадратной форме.

Эмблема и знак больше надписи по высоте, расположены соответственно слева и справа от нее, на одной линии. Логотип может быть представлен в двух вариантах – оранжевая надпись на белом фоне, белая надпись на оранжевом фоне.

2. Фирменный цвет компании – оранжевый (PANTONE Orange 021). Дополнительный цвет – серый (PANTONE Cool Gray 9), чаще всего используется в оформлении интерьеров офисов. Компания в оформлении почти не использует других цветов, только белый и черный для контраста. Оранжевый – яркий, очень теплый цвет, «сильно действующий, увлекающий, создает ощущение благополучия; символизирует наслаждение, праздник, великодушие, благородство. Замечается издали, привлекает внимание и сохраняется в памяти дольше, чем другие цвета»*.

Стоит отметить, что использование оранжевого цвета в качестве фирменного не столь часто, среди российских операторов связи используется только ТГ «Мотив».

3. Фирменный слоган – в настоящее время ТГ «Мотив» не использует фирменный слоган, он не представлен ни на сайте, ни в печатной или видео рекламе и других носителях.

Однако раньше слоган у компании был: «Мотив. Создай настроение». Вероятно, такой слоган был отсылкой к фирменному цвету, так как оранжевый создает праздничное настроение.

4. Фирменный комплект шрифтов. В качестве основного фирменного шрифта используется шрифт Verdana (МОТИВ). Компания не стала разрабатывать свой собственный шрифт, а использовала шрифт из базы имеющихся.

5. Фирменный персонаж компании оранжевый мамонт Мотя Мотив, который выступает представителем «Мотива» в социальных сетях, а также на различных мероприятиях и праздниках.

Персонаж привлекает внимание, использование его в качестве представителя в социальных сетях является интересным решением, которое создает неформальное общение между компанией и ее потребителями.

Однако на некоторых мероприятиях используются и дополнительные фирменные персонажи оранжевого цвета – лиса, жираф, медведь, собака. Костюмы персонажей выполнены в одной стилистике и создают целостное впечатление.

6. Фирменные особенности дизайна – использование ярких оранжевых пятен в оформлении, это могут быть мазки краской, разводы, отпечатки и др. Этот дизайн используется компанией на большом количестве печатной продукции.

* Эллис Туэмплоу. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Эллис Туэмплоу. – М.: Астрель, АСТ, 2006. – 256 с.

Основные носители фирменного стиля ТГ «Мотив»:

1. Упаковка и маркировка товара. На все товары, выпускаемые ТГ «Мотив» (SIM-карты, телефоны, модемы, роутеры и др.) нанесен фирменный логотип, выполнены они с использованием фирменного цвета.

2. Печатная реклама. Компания выпускает большое количество различных рекламных и информационных плакатов, баннеров, листовок, буклетов и др. Все они выполнены с использованием фирменных особенностей дизайна и нанесением логотипа.

3. Печатная реклама. Компания выпускает большое количество различных рекламных и информационных плакатов, баннеров, листовок, буклетов и др. Все они выполнены с использованием фирменных особенностей дизайна и нанесением логотипа.

4. Сайт компании также выполнен в фирменном стиле. Главная страница полностью выполнена в оранжевом цвете, но при переходе на другие страницы, оформление меняется, основной цвет становится белым, но сохраняются оранжевые детали, это облегчает чтение. Стоит отметить, что оформление сайта немного отличается от общего оформления: некоторый текст и кнопки выполнены в зеленом цвете, также отсутствуют особенности фирменного дизайна в виде оранжевых мазков. Поэтому можно сказать, что сайт немного выбивается из фирменного стиля компании.

Можно сделать вывод, что ТГ «Мотив» старается максимально внедрить свой фирменный стиль на множество носителей, таким образом, увеличивая свою узнаваемость.

Проанализировав фирменный стиль ТГ «Мотив», можно сделать вывод, что данная компания ответственно подошла к разработке собственного фирменного стиля, т.к. все элементы тщательно продуманы, взаимосвязаны общей концепцией и создают впечатление целостного качественного фирменного стиля.

Ключевым элементом фирменного стиля ТГ «Мотив» выступает фирменный цвет – оранжевый. Он присутствует на всех носителях фирменного стиля, что сразу делает их заметными и узнаваемыми, а также выделяет компанию среди конкурентов.

Несмотря на некоторые недостатки, такие как отсутствие слогана и недоработанное оформление сайта, фирменный стиль компании обладает большим количеством достоинств, являясь качественным, ярким, целостным и выгодно выделяясь на фоне конкурентов.